

# STRATEGI PROMOSI PRODUK HOTEL

(STUDI DESKRIPTIF TENTANG STRATEGI PROMOSI PRODUK YANG DIJALANKAN  
OLEH HOTEL MAJAPAHIT MANDARIN ORIENTAL SURABAYA)

## TUGAS AKHIR



OLEH :

SANDY ARDIANTO

NIM : 079710247-S

PROGRAM STUDI DIPLOMA III PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A

Semester Ganjil Tahun 2001/2002

Setuju untuk diajukan

Surabaya, 21 Mei 2001

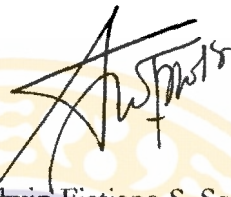
### LEMBAR PERSETUJUAN



Tugas Akhir ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji pada tanggal 28 Mei 2001

**LEMBAR PENGESAHAN**

Panitia Penguji



Edwin Fiatiano S. Sos  
NIP. 132 208 716



Sri Endah Nurhidayati  
NIP. 132 208 715

## ABSTRAKSI

Surabaya adalah sebagai kota Bisnis dan Industri mempunyai berbagai ragam bidang – bidang industri dan perusahaan. Salah satu usaha yang kini telah merambat dan berkembang cukup pesat adalah Industri Jasa berupa penyediaan sarana akomodasi untuk wisata. Hotel sebagai salah satu tempat penyedia sarana akomodasi tidak luput dari perkembangan kearah kemajuan. Hotel Majapahit adalah salah satu hotel di Surabaya yang mencoba ikut berkembang maju untuk menyikapi perkembangan tersebut. Persaingan diantara industri hotel tak dapat dihindari dengan maraknya bisnis tersebut. Salah satu penyikapan dari kondisi persaingan ini adalah dengan cara melakukan strategi – strategi khusus dalam bidang Promosi Produk.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk melihat dan mengamati Strategi Promosi yang dilakukan Hotel Majapahit Mandarin Oriental.

Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dimana peneliti ini menghasilkan dan mengolah data yang bersifat deskriptif dan hasil akhirnya tampak lebih mendetail seperti transkrip, wawancara, cetakan lapangan, maupun bahan dokumen lain.

Dalam mengumpulkan informasi penelitian yang mempunyai lokasi penelitian di hotel Majapahit jalan Tunjungan 65 Surabaya ini penulis memilih informan yang berjumlah 3 (tiga) orang yaitu Staff *Public Relation*, Staff Pemasaran, dan seorang lagi adalah staff *Indigo Restaurant* karena penulis memandang mereka adalah pihak yang tahu dan pelaku dalam promosi.

Teknik pengimpilan data yang dilakukan oleh penulis ialah dengan menggunakan wawancara yang didasarkan sepenuhnya pada perkembangan pertanyaan – pertanyaan secara spontan. Selain wawancara, penulis juga melakukan pengamatan atau observasi non partisipan dimana pengamatan dilakukan secara langsung dan secara terbuka, penulis tidak mengambil bagian dalam kegiatan pekerjaan tertentu.

Dalam menganalisa data dilakukan secara induktif, dimana setelah mendapatkan data – data penulis membaca kembali data- data secara mendetail dan memberi tanda pada pembicaraan dan kutipan penting untuk memudahkan penulis dalam mencari sumber informasi yang dibutuhkan.

Dalam melakukan strategi promosi, seorang *Public Relation* ataupun Pemasar melihat segmen pasar yang akan dituju, juga melihat kelebihan dan kelemahan produk yang akan ditawarkan. Promosi tersebut melalui empat cara pokok yaitu melalui Periklanan, Promosi Penjualan, Publisitas dan penjualan personal.

Strategi promosi dijalankan oleh dua perangkat hotel yaitu Public Relation & Sales Marketing departement yang menggunakan komponen - komponen media promosi berupa leaflet, brosur dan berbagai media lainnya yang dipandang efektif. Hasilnya adalah bahwa media - media ini menjalankan fungsi sebagai penarik dan publisitas bagi produk.